

CORRIGE

Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL

CULTURES MARINES

SESSION 2008

Durée : 2 heures

Coefficient : 3

EPREUVE E1 : EPREUVE TECHNOLOGIQUE

Sous-épreuve E12 : Economie et commerce

Correction

- 1.1 (2 points) : intérêt étude de marché quantitative : connaître le marché de l'offre et sa structure, pour pouvoir élaborer une stratégie d'offre.
- 1.2 (3 points) : la gamme de bars sur le marché français : mode de production, origine, caractéristiques techniques et marchandes

bar de pêche : 5300t	bar d'élevage :
<i>bar de ligne</i> bretagne (450t), cotentin(25t), 14,50€/kg, pinsé ou non pinsé, noirmoutier (100t), poitou-charentes (100t), jusqu'à 20€/kg. Très bonne image.	4600t, calibres 800g-1kg, prix 16€/kg si plus de 1kg, charte qualitative, bonne image sur ce calibre pour se démarquer des productions de 3-400g des grecs et des turcs.
<i>bar de chalut</i> : qualité inégale, prix plus bas.	
<i>bar de filet</i> : qualité un peu meilleure que chalut. Bar de bolinche : un peu plus cher que filet. Ces deux qualités proviennent de St Nazaire, Sables d'Olonne, Boulogne, 2260t, 7 à 8,20 €/kg. Image moyenne à faible.	
Il y a parfois de gros apports de bars de pêche, qui déstabilisent le marché, et font chuter les cours.	

1.3 (2 points) :

Valorisation de leurs produits par les pêcheurs et éleveurs :

- **professionnels de la pêche** : communiquent sur le bar de ligne (pêche douce), en précisant l'origine grâce à un pin's sur l'ouïe, cela apporte plus-value de 0,5 à 1,5€/kg, démarche d'identification par l'association des ligneurs de la pointe de Bretagne. Dans le cotentin, marque «Normandie Fraîcheur mer». A Noirmoutier, marquage depuis plus de 10 ans. Poitou Charentes : marque, suivi par l'Institut Régional de la qualité.
- **Elevage** : cahier des charges strict, certification environnementale Iso 90014, ou AB (bio), fraîcheur du produit, souplesse de livraison.

1.4 (2 points) :

Marché cible des pêcheurs ligneurs de Noirmoutier et justification du choix : restaurateurs haut de gamme, choix judicieux car poisson de ligne de très belle qualité.

1.5 (2 points) : quatre exigences consommateurs qualité poissons d'élevage, parmi :

- type d'alimentation (farines animales, lesquelles)
- fraîcheur (quelle garantie, délai entre abattage et livraison)
- pas de maladie, marque ou blessure sur la peau
- pas de trace de traitements médicamenteux (médicaments toxiques ?)
- empreinte écologique sur l'environnement lors de l'élevage
- etc... (toute suggestion cohérente)

DEUXIEME PARTIE : la commercialisation du produit

9 points

2.1 (3 points) :

exigences/préoccupations chef de rayon poissonnerie : 4 réponses parmi :

- poisson qui se vende rapidement
- poissons attractifs : frais, bel aspect, pas de blessures
- bon rapport qualité/prix, possibilité de marger
- respect des délais, régularité des appro,
- possibilité d'animations , de promotions

2.2 (2 points) :

Quatre arguments de vente pour bars de chaque entreprise, 2 x 4 réponses

- **ceux de la Sté aquacole de l'île de Ré :**
 - o grossis en marais, semi-liberté
 - o seuls produits issus d'une entreprise certifiée environnement Iso 90014, près d'une réserve naturelle, donc produits sains, respectueux de la nature.
 - o Prix 6,50 €/kg (3-400g), autres calibres 800g-1,5kg
 - o Eau froide, croissance lente, chair ferme
 - o fraîcheur garantie par la charte CMB
- **ceux de la Sté Provence Aquaculture :**
 - o site en mer, autour d'îles
 - o ferme certifiée Agriculture Biologique, bar/dorade bio, cahier des charges , contrôle régulier par Qualité France
 - o petite production de qualité, maxi 1,5t/semaine
 - o abattage en eau glacée, mise en caisse 20 mn plus tard
 - o prix 10€/kg, calibre 450g
 - o bientôt un deuxième site en corse

2.3 (2 points) :

Quatre freins à la consommation de CES bars d'élevage :

- "du bar d'élevage ce n'est pas naturel"
- "qui me prouve que c'est bien bio ?"
- "du bar de Marseille, ça ne peut pas être frais"
- "du bar d'élevage ce n'est pas bon"
- "qui me prouve qu'il n'y a pas de manipulations génétiques"
- "les bars d'élevage ne sont pas bien traités"
- etc...

2.4 (2 points) :

quatre actions promotionnelles en GMS pour mise en avant de ces produits

- prime produit : un bar gratuit pour 2 achetés
- réduction de prix, par ex en vente flash
- dégustation de filets de bar cuits sur place
- coupons de réduction